

Pengaruh Beban Biaya Transaksi dan Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah

Malik Abdul Aziz¹, Neneng Hartati², Widiawati³, Deni Kamaludin Yusup⁴

¹Program Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: kangculik@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: nenenghartati@uinsgd.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: widiawati@uinsgd.ac.id

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Email: dkyusup@uinsgd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil penelitian sebelumnya yang telah menjelaskan bahwa aplikasi *mobile banking* dalam sistem pelayanan perbankan menghasilkan implikasi yang positif terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam beberapa kasus, kepuasan nasabah juga sangat dipengaruhi oleh tingkat kompetisi besaran beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap lembaga keuangan dan perbankan. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan untuk menganalisis pengaruh beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jabar Banten Syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-empirik dan pendekatan kuantitatif. Sumber dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Jabar Banten Syariah. Hal ini ditunjukkan dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $14,514 > 3,05$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < \text{level signifikansi } \alpha = 5\%$. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 63,1%, sedangkan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Bank Syariah, Beban Biaya Transaksi, Kualitas Pelayanan, Mobile Banking, Kepuasan Nasabah.

Abstract

This research is motivated by the results of previous studies which have explained that the mobile banking application in the banking service system has positive implications on customer satisfaction. But in some cases, customer satisfaction is also strongly influenced by the competition level of the transaction fee charges and the services quality provided by each financial and banking institution. Therefore, this study will be focused on analyzing the effect of the transaction fee charges and the mobile banking services quality on customer satisfaction of PT. Bank Jabar Banten Syariah. This research uses descriptive-empirical method and quantitative approach. The data collection is derived from observation, interview, and literature study. The analysis of the data uses multiple linear regression and determination analysis approach. The results of this study indicate that the transaction fee charges and the mobile banking services quality are simultaneously affected on customer satisfaction PT. Bank Jabar Banten Syariah. This is indicated by the results of $F_{count} > F_{table}$ which is $14.514 > 3.05$ with a significance level of 0000 or significance $\alpha = 5\%$. Then, the transaction costs magnitude and the mobile banking services quality have a strong effect simultaneously on customer satisfaction of 63.1%, while the remaining 36.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Islamic Bank, Transaction Fee Charges, Services Quality, Mobile Banking, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dewasa ini adanya keterbukaan pasar telah berimplikasi secara langsung terhadap semakin beragamnya produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar, dan dapat berakibat pula kepada semakin ketatnya persaingan antara produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan semaksimal mungkin. Cara memberikan pelayanan kepada konsumen sebaik mungkin merupakan cara paling bagus dalam memuaskan hasrat dan harapan konsumen (Tjiptono, 2012). Bank sebagai pelaku industri jasa keuangan tengah menampilkan performance terbaiknya, karena persaingan antar bank semakin kompetitif oleh karena itu sangatlah wajar jika masing-masing bank mempercantik dirinya agar mendapat perhatian dan merebut pangsa pasar dikalangan nasabah. Semakin mengglobalnya kualitas pelayanan dan marketing menjadikan ketatnya daya saing antara jasa keuangan yang ada di Indonesia (Bahia & Nantel, 2000).

Perusahaan dapat bertahan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan ketika perusahaan tersebut menciptakan pelayanan yang berkualitas (Dahari, Abduh, & Fam, 2015). Kualitas dari pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan haruslah mampu menjawab gaya hidup dan pola konsumsi nasabah. Oleh karena itu kualitas layanan konsumen terfokus pada memenuhi harapan, keakuratan untuk kebutuhan nasabah (Ali & Raza, 2015).

Era revolusi 4.0 dan teknologi internet berkembang sangat pesat. Berdasarkan data yang dirilis Kompas, total keseluruhan pengguna internet di Indonesia mencapai angka 71,41%, yang di antaranya pulau Jawa merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia dengan jumlah sekitar 57,70% sedangkan untuk Bali-Nusa Tenggara 5,63%, Maluku-Papua 2,49%, Sulawesi 6,73%, Kalimantan 7,97%, dan Sumatra 19,09% (Husnita & Ariyanti, 2019). Keberadaan internet di Indonesia sudah seperti kebutuhan sekunder karena sebagai aktifitas kegiatan, seperti: perbankan industri, sosial media, dan lain sebagainya.

Penggunaan internet pada sektor perbankan sendiri digunakan untuk proses pelayanan seperti internet banking, mobile banking, call center, dan lain-lain. Hal ini dilakukan oleh pelaku industri perbankan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan memuaskan konsumen (Wardhana, 2015).

Kemudahan dalam akses informasi serta efisiensi lewat platform berbasis digital PT. Bank Jabar Banten Syariah (BJBS) akhirnya terdorong untuk menciptakan produk *M-Banking* yaitu *Mobile Maslahah* sebagai salah satu jasa layanan yang terdapat pada *smartphone*. Aplikasi *Mobile Maslahah* yang diluncurkan pada tahun 2013 lalu dan menjadi salah satu alat yang diandalkan oleh para nasabah PT. Bank Jabar Banten Syariah. Aplikasi tersebut dapat diunduh di *Google Play* dan saat ini tercatat sudah ada 10 ribu pengunduh (AM, 2019).

Oleh karena itu sudah seharusnya PT. Bank Jabar Banten Syariah memperhatikan kualitas pelayanan yang terdapat pada *mobile banking* baik biaya transaksi maupun kualitas layanan fitur yang terdapat pada aplikasi *mobile maslahah*, karena kualitas suatu instansi bank adalah kunci utama untuk memenangkan persaingan sehingga nasabah yang tertarik untuk menggunakan *mobile banking*, dan perusahaan harus mampu memfasilitasi ekspetasi para nasabah dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehingga dapat menciptakan kualitas layanan.

Oleh karena itu, paper ini mengacu kepada hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Husnita & Ariyanti (2019) yang menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwasannya variabel Independen untuk indikator aplikasi Mobile Banking BNI telah menghasilkan nilai yang positif untuk kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 0,356 yang artinya desain visual Mobil Banking BNI mudah dimengerti, sedangkan untuk layanan nilai koefisien pada variabel

Independen untuk layanan aplikasi Mobile Banking BNI mendapatkan respon yang diinginkan dari nasabah dengan nilai positif 0,356 untuk kepuasan nasabah, dan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prawiramulia, (2014) yang dilakukan di kota Bandung secara simultan kualitas dari Mobile Banking Mandiri secara keseluruhan variabel berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai 62,9% adapuan 37,1% nya dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan uraian diatas penelitian yang dilakukan hanya pada kualitas layanan aplikasi Mobile Banking terhadap kepuasan nasabah untuk sementara penulis berasumsi bahwa secara parsial dan simultan kualitas layanan Mobile Banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis akan melakukan pembaharuan penelitian sebelumnya dengan topik hampir serupa, yaitu pengaruh beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pengguna mobile banking masalah pada PT. Bank Jabar Banten Syariah.

2. TINJAUAN PUSATAKA

2.1. Beban Biaya Transaksi

Biaya transaksi menjadi salah satu alat analisis ekonomi kelembagaan yang mana alat analisis ini sering digunakan untuk mengukur efisiensi suatu lembaga atau instansi, karena semakin tingginya biaya transaksi ekonomi suatu lembaga, berbanding lurus dengan tidak efisiensinya lembaga tersebut. Akan tetapi menurut Dwimahendrawan Adreas (2013) terdapat hambatan teoritis mengenai biaya transaksi karena belum terungkap secara definisi biaya transaksi dikarenakan perilaku ekonomi bersifat spesifik yang berakibat variabelnya bersifat khusus, sehingga dalam perumusan variabel-variabelnya sangat sulit.

Adapun Yustika (2006) mengenai efisiensi kelembagaan menjadi sebuah isu yang sangat strategis karena dapat mempengaruhi tingkat akurasi analisis kelembagaan. Kiechen dan Picot (1987) mengatakan biaya transaksi merupakan suatu perjanjian atau kontrak yang harus ditepati baik perjanjian tersebut berupa barang ataupun jasa. Sedangkan menurut Nort (1991) mengatakan biaya transaksi merupakan pertukaran dari kegiatan ekonomi yang mendasari sebuah kontrak dalam spesifikasi biaya yang cakupannya baik itu terhadap laba. Beberapa pendapat yang telah mendefinisikan biaya transaksi tersebut masih blm dapat difahami secara utuh karena konsep yang ditawarkan masih bersifat khusus yang disesuaikan dengan objek yang tengah di kaji dan teliti. Dengan demikian dapat dirumuskan bahwa biaya transaksi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang mengharuskan mengeluarkan biaya demi terciptanya transaksi.

Adapun lima dimensi biaya transaksi yang dipergunakan oleh pelanggan dalam mengukur dan menilai efisiensi lembaga keuangan, antara lain: (1) *Convinience*, berfungsi dimana perusahaan sebagai penyedia informasi menciptakan kenyamanan serta kemudahan untuk konsumen; (2) *Service Compatibility*, merupakan harapan konsumen atas pelayanan perusahaan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah; (3) *User Control*, ketika perusahaan memberikan kendali sepenuhnya terhadap konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan atas perilaku ekonomi yang dilakukan; (4) *Perceived Risk*, perusahaan meminimalisir resiko ekonomi, untuk menambah kepercayaan konsumen terhadap perusahaan; dan (5) *Cognittive Effort*, perusahaan membangun citra yang baik untuk menguatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan (Prawiramulia, 2014).

2.2. Kualitas Pelayanan

E-SERQUAL merupakan suatu alat yang digunakan pelanggan untuk melakukan transaksi dengan *smartphone* dalam mengakses informasi, adapun secara aplikatifnya E-SERQUAL

tampak sekali memperhatikan efektifitas serta kecepatan dalam segala bentuk transaksi (Parasuraman et al, 2005). Adapun menurut Rizal dan Munawir (2017) terdapat lima dimensi kualitas yang menjadi acuan di antaranya:

- a. Empati (*Emphaty*) suatu kepedulian dan perhatian perusahaan terhadap pelanggan;
- b. Keandalan (*Realibility*) merupakan pelaksanaan pelayanan yang terpercaya dan akurat sehingga mencapai titik kulminasi;
- c. Berwujud (*Tangible*) adalah kemampuan yang ditawarkan dan diberikan instansi perusahaan kepada masyarakat umum dengan menampilkan secara fisik dalam berbagai hal peralatan, media informasi, fasilitas dan lain sebagainya;
- d. Keyakinan (*Confidance*) merupakan kesopanan, kecerdasan, serta kapabilitas karyawan dalam menciptakan keyakinan dan kepercayaan;
- e. Keresponsifan (*Responsiveness*) adalah kekuatan perusahaan dalam penyediaan jasa/ layanan dengan cepat dan sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan.

2.3. Mobile Banking Mashlahah

Narastuti (2011) menjelaskan bahwa *M-Banking* merupakan fasilitas yang memanfaatkan aplikasi *smartphone* sebagai alat transaksi perbankan yang memberikan kemudahan dan kegunaan yang hampir sama dengan ATM. Pernyataan ini didukung oleh Prawiramulia (2014) yang mengatakan bahwa aktifitas transaksi yang terdapat di ATM bisa dilakukan dengan *mobile device smartphone* karena cara kerjanya sama dengan *intenet banking* yaitu kemudahan dalam melakukan transaksi seperti pembayaran, transfer, pengecekan mutasi rekening dan lain-lain.

2.4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan perasaan bahagia atas proses dan kinerja sehingga membuahkan hasil yang diinginkan. Yusup (2019) mengatakan harapan yang dirasakan oleh pelanggan sangat erat kaitannya dengan tingkat perasaan yang muncul yang disebabkan oleh hasil yang sesuai dengan harapannya. Amin (2011) mendefinisikan kepuasan adalah jika tidak tercapainya sebuah harapan maka layanan perusahaan mengalami kegagalan yang implikasi pada ketidakpuasan nasabah. Adapun sebaliknya jika berakhirnya sebuah harapan, maka layanan yang diberikan perusahaan memberikan sebuah kualitas yang sangat memuaskan bagi nasabah.

Hidayat et al (2015) menyatakan adanya sebuah kepuasan merupakan evaluasi ketika waktu sudah berakhir dan terdapat sebuah perbandingan hasil yang dapat dipilih sebagai alternatif baik itu sama ataupun melebihi hasil yang diharapkan, beda lain hal dengan ketidakpuasan akan lahir ketika apa yang diharapkan tidak sesuai dengan hasil yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas penulis dapat merumuskan bahwa kepuasan merupakan sebuah penghargaan kepada perusahaan yang melakukan sebuah pelayanan berkualitas sehingga terdapat evokasi bahagia dari nasabah atau pelanggan karena merasa puas atas kinerja perusahaan tersebut. Adapun sebaliknya ketidakpuasan muncul ketika sebuah pelayanan perusahaan tidak sesuai dengan pengharapan yang diinginkan nasabah atau pelanggan.

3. METODE

Penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif kausal yang menurut Harbani (2012) tujuan utama dilakukannya sebuah penelitian yaitu untuk memperoleh informasi dari keterikatan antara variabel-variabel independent yang ada dengan variabel dependen sehingga dapat dideskripsikan dari hasil yang terjadi. Adapun hubungan kausal menurut Sigiyono (2013) ketika variabel terikat atau dependen dipengaruhi

oleh variabel bebas atau independen sehingga menghasilkan gubungan sebab akibat. Total populasi dari paper ini adalah 150 orang pengguna mobile banking masalah PT. Bank Jabar Banten Syariah.

Berdasarkan rumus Arikunto jumlah sampel yang digunakan adalah 25 % dari total populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Sugiyono (2001) menyatakan bahwa pengambilan sample dilakukan secara acak tanpa melihat pangkat atau starta dari populasinya, yang artinya sampel yang diambil secara acak tersebut telah mewakili populasi yang diteliti.

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif. Menurut Yusup (2019), salah satu ukuran deskriptif adalah dengan angka jumlah responden ataupun persentase, yang dapat dihasilkan dari hipotesis dari data yang terkumpul dan memprosesnya. Caranya, dengan menggambarkan terlebih dahulu bagaimana ciri/karakteristik dari penelitian tersebut baik item yang nantinya akan di salurkan pada masing-masing variabel, serta objek yang terdiri dari lokasi area penelitiannya. selanjutnya Persamaan Regresi Linear Berganda, yang mana terdapat satu variabel independen ataupun lebih yang mempengaruhi variabel independen, selain itu tingkat residual harus berdistribusi normal dan uji asumsi klasik harus terpenuhi (Priyatno, 2012), Persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Untuk Y = Variabel dependen, a = Intersept, konstanta nilai rata-rata Y , b = Koefisien dari variabel beban biaya transaksi, X_1 = Variabel beban biaya transaksi, X_2 = Variabel kualitas pelayanan *mobile banking masalah e* = Residual.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian persepsi dan harapan dimana terdapat dua variabel independen yaitu beban biaya transaksi dan kualitas pelayanan *mobile banking masalah* dan satu variabel dependent terkait kepuasan nasabah PT. Bank Jabar Banten Syariah terlebih dahulu akan dilakukan pengujian instrumen yaitu validitas dan reliabilitas, analisis dekkriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji parsial, simultan dan koefisien determinasi dengan menggunakan *SPSS 16.0* yang mana pengujian tersebut berfungsi untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut layak digunakan atau tidak.

4.1 Hasil Analisis Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa beban biaya transaksi mobile banking masalah X_1 dengan lima dimensi yang ditawarkan mempunyai rata-rata nilai untuk k *Convinience* dengan nilai 4,2, *Service Compatibility* 3,71, *User Control* 3,53, *Perceived Risk* 3,58 dan *Cognittive Effort* 3,35. Adapun untuk variabel kualitas pelayanan *mobile banking masalah* X_2 dengan lima demensi yang mempunyai nilai rata rata secara berturut-turut *Responsiveness* 3,86, *Realibility* 4, *Emphaty* 3,96 *Tangible* 3,86 dan *Confidance* 4,08, kemudian untuk nilai rata-rata variabel dependen kepuasan nasabah Y mempunyai nilai 3,85.

Jika dilihat dari hasil anlisis statistic deskriptif untuk rata-rata variabel independen beban biaya transaksi X_1 adalah 3,67 yang artinya pada skala interval beban biaya transaksi mobil banking masalah tinggi. Variabel independen kualitas mobile banking X_2 secara keseluruhan mempunyai nilai 3,95 artinya pada skala interval nilai tersebut tinggi dan variabel dependen kepuasan nasabah Y mempunyai nilai rata-rata 3,85 berdasarkan skala interval mempunyai nilai yang tinggi.

4.2 Hasil Uji Validitas Data

Menurut Sugiyono (2013) merupakan derajat ketepatan data yang dapat dilaporkan peneliti dari objek penelitian tersebut, yang artinya tidak ada perbedaan dari data yang diteliti dengan obyek penelitian. Adapun hasil pengujian setiap item yang berada pada variabel beban biaya transaksi (X_1) dan setiap item yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan mobile banking masalah (X_2) sebagai variabel independen serta item yang terdapat pada variabel kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen hasil keseluruhan data pada setiap item adalah valid karena keeluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.3 Hasil Uji Reliabilitas

Saifudin (2012) mengatakan, uji realibilitas merupakan pengujian pengukuran instrumen yang dapat diukur tanpa berubah-ubah, artinya setiap item yang terdapat pada setiap variaebel uji yang merupakan komponen konteks, proses, dan hasil bersifat konsisten. Anlisis hasil uji setiap item variabel beban biaya transaksi (X_1), kualitas pelayanan mobile banking masalah (X_2) dan kepuasan nasabah (Y) secara berturut turut mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* (0,752, 0,752 dan 0,738), artinya variabel beban biaya transaksi (X_1), kualitas pelayanan mobile banking masalah (X_2) serta kepuasan nasabah semuanya reliable karena *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan langkah pengujian untuk melihat kakuratan parameter dari besaran koefisien statistiknya, di antaranya terdapat beberapa pengujian seperti normalitas, multikolinearitas, dan htereoskedastisitas.

- a. Uji Normalitas Data, dilakukan untuk mengetahui variabel dependen dan independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak (Hussein Umar, 2011) dan menurut Santoso (2002) bisa dilakukan dengan cara melihat probabilitasnya jika melebihi 0,05 maka data berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas menggunakan analisis grafik histogram yang mana didapat seluruh titik-titik yang berda pada garis diagonal tidak berjauhan yang artinya data berdistribusi normal, selain itu untuk menegaskan data tersubut normal bisa dilihat dari hasil pengujian Kolmogorov's smirnov yang memunculkan nilai *asymptotic significance* untuk beban biaya transaksi (X_1) = 0,546, kualita mobile banking masalah (X_1) = 0,809, dan kepuasan nasabah (Y) = 0,296 dan keseluruhan nilai variabel lebih besar sama dengan signifikasi 0,05, artinya hasil dari uji *asymptotic significance* $\geq 0,05$ data berdistribusi normal.
- b. Uji Multikolinearitas. Menurut Priyatno (2012), jika terjadi penyimpangan asumsi klasik yaitu ketika adanya suatu hubungan variabel independen dengan model regresi yang mana syarat yang harus dicapai tidak terjadi multikolinearitas antar variabel, asumsi yang digunakan ketika nilai *VIF* < 10 dan *tolerance* $> 0,10$ pada model regresi, berdasarkan hasil uji didapat dari variabel beban biaya transaksi (X_1) dan kualitas pelayanan mobile banking mempunyai nilai *VIF*(1,150) < 10 dan *tolerance*(0,870) $> 0,10$ maka dapat diasumsikan dari hasil uji tersebut tidak terjadi mulitkolinearitas pada setiap variabel.
- c. Uji Heteroskedastisitas, merupakan keseluruhan pengamatan pada model regresi dengan ketaksamaan dengan varian, pola uji yang digunakan dengan menggunakan Uji park dan Glestjer dengan melihat pola grafik, hetroskedastisitas terjadi jika terdapat pola tertentu pada grafik seperti titik-titik yang melebar kemudian menyempit serta

bergelombang, sebaliknya jika tidak terjadi heteroskedastisitas ketika semua titik menyebar atas bawah pada sumbu $Y = 0$ (Priyatno, 2012). Hasil uji analisis heteroskedastisitas pada keseluruhan variabel baik variabel independen ataupun dependen grafik menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas karena semua titik menyebar diatas dan bawah angka nol pada sumbu Y .

4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dengan menggunakan metode yang sama dengan penelitian Husnita dan Ariyanti (2019), dan Prawiramulia (2014) dalam jurnal yaitu regresi linear berganda yang menurut Umi Narismawati (2015) merupakan suatu acuan analisis yang dilakukan bersamaan dimana terdapat dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel dependen yang diteliti adalah skala interval apakah satu variabel dependen terpengaruhi oleh satu atau dua variabel dependen. Hasil dari penelitian tersebut akan terlihat koefisiennya apakah menghasilkan nilai positif atau negatif. Koefisien regresi linear berganda pengaruh variable X_1 (Beban Biaya Transaksi) dan X_2 (Kualitas Pelayanan Mobile Banking) terhadap Y (Kepuasan Konsumen) yang sudah di uji pada SPSS 16.0 mempunyai nilai sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

$$Y = 5,678 + 0,164X_1 + 0,161X_2$$

Dari hasil uji regresi linear berganda tersebut maka didapatkan konstanta (a) dengan nilai 5,678, variabel beban biaya transaksi (X_1) sebesar 0,164 dan nilai kualitas pelayanan *mobile banking masalah* (X_2) sebesar 0,161, kedua variabel tersebut mempunyai nilai yang positif yang artinya keduanya dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah *mobile banking masalah* dikota Bandung pada tahun 2019. Asumsinya, apabila terjadi suatu peningkatan nilai dari variabel independen beban biaya transaksi dan *mobile banking masalah* sebanyak satu satuan maka akan terpengaruh dengan bertambahnya satu satuan pada kepuasan nasabah, sebaliknya jika variabel independen mengalami penurunan nilai sebanyak satu satuan, maka kepuasan nasabah akan terpengaruh dengan mengalami penurunan jumlah satu satuan.

4.6 Analisis Uji Hipotesis

4.6.1 Hasil Uji F (Simultan)

Digunakan untuk pengujian variabel independen X_1 (beban biaya transaksi) dan X_2 (*kualitas mobile banking masalah*) secara *simultan* berpengaruh terhadap variabel dependen Y (kepuasan nasabah), dari hasil uji ANOVA didapatkan nilai uji $F_{hitung} = 14,514$ dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, serta diketahui F_{tabel} dengan derajat kebebasan tingkat dua, menghasilkan nilai $F_{tabel} = 3,05$, berdasarkan analisis pengujian tersebut $F_{hitung} (14,514) > F_{tabel} (3,05)$ sehingga dapat dikatakan beban biaya transaksi dan kualitas *mobile banking masalah* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1: Hasil Uji Simultan ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203.417	2	101.709	14.514	.000 ^a
	Residual	119.133	17	7.008		
	Total	322.550	19			

4.6.2 Hasil Uji *t* (Parsial)

Lebih dikenal uji signifikansi setiap koefisien regresi agar diketahui masing-masing signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen, tingkat signifikansi (α) = 5%, dengan menentukan uji dua sisi pada $t_{tabel} = 1,655$ dari hasil uji *t* maka didapatkan variabel beban biaya transaksi (X_1) dengan koefisien regresi 0,164 dan menunjukkan $t_{hitung} (3,677) > t_{tabel} (1,655)$ dan variabel kualitas *mobile banking* masalah, X_2 dengan koefisien regresi 0,161 dan menunjukkan nilai $t_{hitung} (2,347) > t_{tabel} (1,655)$ dengan demikian setiap variabel beban biaya transaksi dan kualitas *mobile banking* masalah secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna *mobile banking* masalah Bank BJB Syariah.

**Tabel 2: Hasil Uji *t* Parsial
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.678	4.990		1.138	.271		
X ₁	.164	.044	.581	3.677	.002	.870	1.150
X ₂	.161	.068	.371	2.347	.031	.870	1.150

4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2013) koefisien determinasi merupakan alat ukur untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan model-model pada variabel, koefisien determinasi terletak antara angka nol sampai dengan satu artinya jika variabel mendekati nol, maka variabel independen tidak mampu menjelaskan persentase pada variabel dependen. Akan tetapi, jika variabel mendekati satu maka variabel independen dapat menjelaskan persentase variabel dependen.

**Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi R^2
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 ^a	.631	.587	2.64723

Berdasarkan hasil analisis uji tersebut didapatkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,631 atau 63,1% artinya bahwa besar pengaruh variabel beban biaya transaksi X_1 dan kualitas pelayanan *mobile banking* X_2 terhadap variasi variabel kepuasan nasabah Y sebesar 63,1% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang belum diteliti pada paper ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian maka secara simultan ada pengaruh antara variabel beban biaya transaksi *mobile banking* (X_1) dan variabel kualitas pelayanan *mobile banking* masalah (X_2) terhadap kepuasan nasabah pada aplikasi *mobile banking* PT. Bank Jabar Banten Syariah sebagai variabel dependen (Y). Adapun hasil analisis statistik deskriptif secara keseluruhan nilai rata-rata variabel independen X_1 , X_2 , dan Y secara berturut-turut

mempunyai nilai 3,67, 3,95, dan 3,85, yang berarti keseluruhan variabel mempunyai skala interval yang tinggi dan nasabah setuju dengan apa yang ditawarkan oleh PT. Bank Jabar Banten Syariah baik untuk biaya transaksi mobil banking, kualitas pelayanan *mobile banking*, dan kepuasan nasabah.

Hasil dari regresi linear berganda menunjukkan nilai $F_{hitung}(14,514) > F_{tabel}(3,05)$ dan signifikansi $0000 < \text{level signifikansi } \alpha = 5\%$. Analisis penelitian ini juga telah menunjukkan besaran pengaruh variabel beban biaya transaksi (X_1) dan kualitas pelayanan mobile banking masalah (X_2) dengan nilai *R square* 0,631 yang berarti secara bersamaan besaran pengaruh mencapai 63,1% sedangkan sisanya 36,9% terpengaruhi oleh variabel yang lain yang tidak diuji dalam penelitian ini. Secara parsial terdapat pengaruh pada setiap variabel beban biaya transaksi (X_1) dan kualitas pelayanan mobile banking masalah (X_2) terhadap kepuasan nasabah, di mana kualitas pelayanan mobile banking mempunyai nilai positif paling besar pengaruhnya dan punya peranan yang penting terhadap kepuasan nasabah. Hasil survey yang dilakukan dalam penelitian ini sangat terbatas, sehingga untuk studi penelitian dikemudian hari bisa dilakukan dengan melakukan survey yang sama pada bank syariah yang berbeda.

REFERENSI

- Ali, M. & Raza, S. A. (2015). Measurement of Service Quality Perception and Customer Satisfaction in Islamic Banks of Pakistan: Evidence from Modified SERVQUAL Model. Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Paper, No. 64039.
- Amri, K. (2017). Analisis Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Pendapatan: Data Panel 8 Provinsi di Sumatera. *Jurnal EMT KITA*, 1-11
- Amin, M. (2011). The Role of Customer Satisfaction in Enhancing Customer Loyalty in Malaysian Islamic banks. *The Service Industries Journal*, 31(9), 1519-1532.
- Hidayat, R., Akhmad, S., & Machmud. (2015). Effects of service quality, customer trust and customer religious commitment on customer satisfaction and loyalty of Islamic banks in east Java. *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 7(2), 151-164.
- Husnita, Z., & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Negara Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa/i Bandung Raya) *The Effect of the Quality of Mobile Banking Services on the Satisfaction Customer of Indonesian State Bank (Case Study of Bandung Raya Students)*. 6(2), 2557-2562.
- Kirchner, Christian and Picot Arnold. (1987). Transaction cost analysis of Structural Change, *Journal of Institutional and Theoretical Economic*. 143/1,1987.
- Munir. Rinaldi, (2011). IF3058-Sem1-2010-2011-007, <http://informatika.stei.itb.ac.id/~rinaldi.munir/Kriptografi/2010-2011/Makalah1/Makalah1-IF3058-Sem1-2010-2011-007.pdf> diakses pada tanggal 01 november 2019
- Narasuti, W. (2011). *Teknologi perbankan*. Yogyakarta ; Graha Ilmu.
- Prawiramulia, G. (2014). Pengaruh Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Studi pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota Bandung). 1-8.
- Parasuraman, A., Valarie., Zeithaml & Malhotra, A. (2005). *E-S-QUAL. A Multiple Item Scale for Accessing Electronic Service Quality*. Carolina: Sage Publications. *Journal of Service Research*, Vol. 7, No. X, Month 2005 1-21 University of North Carolina at Chapel Hill.

- Priyatno, Duwi. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI.
- Pasolong, Harbani. (2012). *Metode Penelitian Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Rizal, S., & Munawir. (2017). Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Menggunakan Mobile Banking (M-Banking) Pada Bank BCA Cabang Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi (EMT) Indonesian*.
- Santoso, Rudi (2013). *Kelembagaan Perbankan*. Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. (2005), *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- , (2001), *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- , (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supratno. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Cetakan Ketiga. Jakarta. Rineka Cipta
- T.jiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: andi Offset
- , (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset
- , (2005). *Pemasaran Jasa*, Edisi Kesatu. Malang : Banyumedia
- , (2012). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: ANDI.
- Yustika, A. Erani, (2006). *Ekonomi Kelembagaan Definisi, Teori, dan Strategi*. Bayu Media, Malang
- Yusup, D. K. (2019). Analyzing the Effect of Service Quality on Costumer Satisfaction of Islamic Banking in West Java Province, Indonesia. *Management Science Letters*. 9, 2347–2356. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.7.020>.